

Стилистические особенности перевода деловых писем в обучении русскому языку делового общения в польской аудитории

Перевод официально-деловой документации некоторые исследователи относят к несамостоятельной переводческой деятельности (которая предполагает тесную привязку к переводимому тексту), в отличие от самостоятельной переводческой деятельности, которая относится к художественным и публицистическим текстам и допускает некоторую свободу при переводе [см. 1: введение]. Поэтому главным требованием при переводе деловой документации является точность передачи информации. Кроме того, в переводимом тексте должна быть отражена коммуникативная цель высказывания, ситуация общения, а также учтены стилистические особенности переводимого текста. В связи с этим переводчик должен «не только точно передать содержание иноязычного текста, но и его жанровые особенности, логико-смысловую структуру, терминологическую систему, а также учесть социокультурные особенности отправителя и получателя и т.д.» [2: 22].

Приступая к переводу, переводчик должен четко понимать, какой речевой жанр представляет собой переводимый текст, к какому функциональному стилю он относится и, в связи с этим, какова специфика этого текста и его языковые особенности. Поэтому следует строго придерживаться формы текста, знать его составные части и особенности, а также учитывать коммуникативную цель написания текста. Стил и жанр текста выступают здесь в единстве: в статике они представляют собой стилистически смоделированную конструкцию жанра; в динамике – синтетическую систему изложения, которая опосредует содержание произведения, осмысливая, интерпретируя его, выбирая зрительный и речевой ракурс его передачи. Таким образом, жанр и стиль – это не формы конкретного содержания, а модели, которые могут воплощаться в некотором множестве конкретных речевых произведений [1: 11].

Рассмотрим особенности перевода писем-рекламаций с польского на русский язык. Прежде, чем приступить к переводу такого рода писем, необходимо провести предпереводческий анализ текстов этого жанра. Как известно, рекламация – это вид сложного коммерческого письма, которое высылается после совершения сделки в случае неудовлетворенности одной стороной качеством, количеством, ассортиментом полученного товара, сроками поставки и т.п. В этих случаях составляется письмо-претензия (рекламация), которое содержит претензии к стороне, нарушившей свои обязательства по договору и требования о возмещении убытков: о замене некачественного товара, устранении дефектов, снижении цены и прочее. Рекламация имеет свои составные части, среди которых: *выражение претензии, обоснование претензии (упоминание о подтверждающих рекламацию документах), предлагаемое решение с целью возмещения ущерба*, иногда могут быть также упомянуты *санкции в случае неудовлетворения просьбы*. Несмотря на то, что это письмо-претензия, должны быть соблюдены все формулы вежливости, приветствия, начала и окончания письма так же, как и в других видах писем. Кроме того, следует знать, что рекламация может быть: *на качество товара; на количество товара; на несоблюдение сроков поставки; на несоответствующую упаковку или маркировку; на форму и сроки платежа*. Все это иностранные учащиеся должны знать перед началом перевода. Все письмо должно быть выдержано в официально-деловом стиле, в максимально вежливом тоне.

Официально-деловой стиль является макросредой речевого общения в сфере экономической деятельности. Эта среда представляет собой информационную систему функционально-стилистических отношений, инвариантную основу которых составляет социальная (прагматическая) функция долженствования и формальная (стилистическая) функция официальности [1: 30]. В связи с этим одним из основных языковых средств в деловых письмах является клишированность, состоящая в наборе готовых формулировок и устойчивых конструкций, характерных для писем такого рода. И не всегда они совпадают в польском и русском языках. Сравним примеры наиболее часто употребляющихся конструкций в письмах-рекламациях.

Z przykrością informujemy (zawiadamiamy), że.....(С сожалением сообщаем (уведомляем), что....);
вариант: *Сообщаем, что, к сожалению, ...*

Данные конструкции вызывают некоторые трудности из-за неразличения употребления в предложении *с сожалением* и *к сожалению*, в результате чего иностранные учащиеся пишут: *К сожалению сообщаем, что ...*

Z wielką przykrością musimy zwrócić Waszą uwagę na...

С большим сожалением мы вынуждены обратить Ваше внимание на

Еще более трудности вызывают следующие клишированные фразы, которые следует запомнить как в польском, так и в русском языках:

Niedobór był wykryty w sprawnym wagonie z nienaruszonymi plombami stacji nadawczej. – ср. Недостача была обнаружена в исправном вагоне за исправными пломбами станции отправителя

Straty szacowane na.....zł. – ср. Расчет убытков составляет.....зл.

Partia przybyła.....dni po terminie. – ср. Партия прибыла с опозданием дней против срока.

В таких клишированных конструкциях (часто содержащих канцеляризмы) может также возникнуть

интерференция в случаях: *za poprawnymi plombami – z niepoprawnymi plombami* (учащиеся пишут: *с ненарушенными пломбами*); *(с опозданием)...дней против срока – ...dni po terminie* (возникает ошибка: *по сроке* или даже *по термине*) и т.д.

Еще одной стилистической особенностью деловых писем является наличие терминов и устойчивых словосочетаний: *po upływie terminu – по истечении срока, wysłać reklamację – направить рекламацию, rekompensacja(wyrównanie) strat – возмещение убытков* и т.д. Здесь также может возникнуть интерференция: ср. польск. *termin* – рус. *срок* (учащиеся пишут *термин*). Наиболее часто употребляющиеся в такого рода письмах термины – это: *niedobór – недостача, uszkodzony towar – брак, testowanie – испытание(машины), akt ekspertyzy – акт экспертизы, arbitraż – арбитраж, wysyłka – отгрузка, przyjęcie (odbiór) – приемка, spedytorka – экспедитор* и др. Здесь также возможна интерференция – ср. польск. *uszkodzony towar* – рус. *брак*; польск. *brak* – рус. *отсутствие, недостача*.

К типовым лексическим средствам оформления делового письма относятся также модальные глаголы: *Мы должны (поставить Вас в известность) – Musimy poinformować, że...; Мы вынуждены (вернуть товар обратно) – Jesteśmy zmuszeni (zwrócić towar); вы обязаны (допоставить нам товар) – Musicie dostarczyć nam (brakujący towar)* и др.

В письмах-рекламациях (как и в других деловых письмах) широко используются пассивные конструкции: *товар будет возвращен; документы будут направлены; расходы будут возмещены, были выявлены (обнаружены) недостатки* и т.д. В польском языке им соответствуют также пассивные конструкции: *towar zostanie zwrócony; dokumenty będą wysłane; wydatki zostaną zrekompensowane; zostały wykryte wady*. Использование в деловых письмах модальных структур со значением долженствования и обязательности, а также пассивных конструкций придает им объективность, безличность, всеобщность.

Для выражения формы вежливости, вежливого требования, пожелания в письмах такого рода используется сослагательное наклонение:

Мы были бы согласны принять этот товар со скидкой в 5% – Zgodzilibyśmy się przyjąć ten towar ze zniżką 5%;

Мы хотели бы, чтобы Вы возместили нам убытки – Chcielibyśmy, żebyście wyrównały straty;

Часто в предложениях, выражающих просьбу, в русском языке используется конструкция *просим + инфинитив*: *просим прислать, просим сообщить* и т.д., что на польский язык переводится конструкцией с отглагольным сущ. и предлогом *o*: *prosimy o przysłanie, prosimy o poinformowanie* и т.д. Это часто приводит к интерференции и учащиеся пишут: *просим о прислание, просим о сообщении*.

Одной из стилистических особенностей писем является употребление канцеляризмов, что более ярко выражено в русском языке. Ср.: *сего года (bieżącego roku), настоящим сообщаем (niniejszym informujemy), против срока (po terminie), против предъявления документов (po okazaniu dokumentów)* и др.

Следует не забывать о формулах вежливости, употребляемых в начале и конце письма, а также реквизитах письма, которые несколько различаются в польском и русском языках. Так, в начале письма используется обычно следующая формула: в русск. яз. – *Уважаемые господа!* или *Уважаемый господин директор!*; *уважаемый господин Иванов!* В польском языке обращению *господин/госпожа/господа* соответствует *Pan/Pani/Państwo*, которые всегда пишутся с большой буквы, в отличие от русского языка. Следовательно, соответствием представленных выше обращений будут: *Szanowni Państwo, Szanowny Panie Dyrektorze, Szanowny Panie Kowalski*, причем, как мы видим из примеров, в польском языке используется звательный падеж, который отсутствует в русском, кроме того, обращение в польских письмах обычно заканчивается запятой, а далее с новой строки идет текст письма. В русском же чаще используется восклицательный знак. Еще одно отличие – в польском языке допустимо написать до кого-либо обращение: *Szanowny Panie, (Уважаемый господин,)*, без следующей далее фамилии или должности, что является недопустимым в русском языке, но часто приводит к интерференции у иностранцев, переводящих письма с польского на русский язык. Заканчивается письмо чаще всего формулой: *S уважением* (польск. *Z poważaniem*). Существуют еще некоторые стилистические особенности и несоответствия в польском и русском языках, характерные для деловых писем, но, к сожалению, объем нашей статьи не позволяет упомянуть о них.

Кроме сказанного выше, необходимо отметить, что письма-рекламации, как, впрочем и другие виды официально-деловых писем, подчиняются логически последовательному изложению мыслей, каждая часть письма расположена в строгой последовательности, поэтому очень важен в процессе обучения переводу таких документов предпереводческий анализ этих писем.

В заключение следует сказать, что представленный выше речевой жанр письма-рекламации преследует конкретную цель – выражение претензии и желание возместить убытки, что является социальной прагматической функцией. Для реализации этой цели используются конкретные речевые образцы и модели, характерные как для русского, так и для польского языков. А поскольку официально-деловой стиль обладает высокой степенью клишированности, и существует большое количество образцов деловых писем, то, как пишет В.Д. Калинина, «в этом смысле переводчик, собственно, не переводит, а просто составляет из новых данных документы по готовым образцам» [3: 144]. Хотелось бы, однако, добавить, что эти образцы должны обязательно предварительно проработаться и усвоиться учащимися, причем, как на русском, так и на польском языках.

Литература

- 1.** Брандес М.П., Провоторов В.И. Предпереводческий анализ текста (3-е изд.) – НВИ-ТЕЗАУРУС Москва при участии РОСИ (Курск), 2001. – http://zhurnal.lib.ru/w/wagarow_a_s/tr-analysis.shtml. **2.** Гавриленко Н.Н. Обучение переводу в сфере профессиональной коммуникации. – Москва: РУДН, 2008. – 175 с. **3.** Калинина В.Д. Теория и практика перевода. – Москва: РУДН, 2008. – 179 с.